

**22 eingesandte positive Hörerlebnisse: Bausteine einer qualitativen Erhebung**

**Fazit 2 – Wege zur Musik (allgemeine Auswertung)**

Von Ludolf Baucke

**Längere Sendestrecken, stilistische Vielfalt, Kompetenz**

Wie schon in der ersten Bilanz vom 7. November 2007 vermerkt wurden positive Hörerlebnisse von Hörerinnen und Hörern zwar überwiegend aus dem Einzugsgebiet des Norddeutschen Rundfunks, doch stets von Programmen anderer öffentlich-rechtlicher Kulturprogramme gemeldet. Signifikante Favoriten waren – und daran hat sich auch in den seither eingegangenen Meldungen nichts geändert – die häufiger genannten Kulturprogramme Bayern 4 Klassik, hr 2 kultur, SWR 2 und WDR 3. Gelegentlich wurde auch auf die Kulturwelle des Saarländischen Rundfunks hingewiesen.

Begründet wurden die positiven Hörerlebnisse immer wieder mit längeren Sendestrecken, stilistischer Vielfalt der gesendeten Werke und vor allem einer sowohl musikalischen als auch sprachlichen Kompetenz der Moderatoren und Redakteure. Die sorgsam gestalteten und inhaltlich häufig von einem roten Faden durchwebten Sendungen wiesen zum Vergnügen der Hörer nicht nur einen, sondern viele Wege zur Musik. Dem aktiven Hören erschloss sich eine faszinierende künstlerische Bandbreite. Dabei konnte auf aufdringliche Jingles oder marktschreierische Werbung verzichtet werden.

**Aktive Hörer oder Nebenbeihörer aus der Sicht eines Interpreten**

Auch Interpreten fühlen sich bei aktiven Hörern besser aufgehoben als bei Nebenbeihörern. Daniel Barenboim hat es kürzlich (ZEIT-Dossier vom 18. Oktober 2007) so gesagt:

*Nach meiner Überzeugung findet man nicht zur Musik auf einem Weg der oberflächlich ist. Damit sage ich nichts ... gegen Konzerte der Tenöre. Ein wunderbares Spektakel...*

...dem Daniel Barenboim fernblieb (Einwurf Die ZEIT)...

*...weil ich nicht glaube, dass es mehr Menschen zur Musik bringt. Nein, man kann diesen Umweg nicht machen. Nichts wissen – nichts verstehen, sich einfach hinsetzen und auf den Zauber warten – es funktioniert so nicht.*

**Quantitative und qualitative Medienforschung**

Nun gibt es für die Kulturprogramme ein Schreckgespenst – die sinkenden Hörerzahlen –, und wie gebannt schauen die Sendeverantwortlichen auf die durch Media-Analysen halbjährlich ermittelten und in sogenannten MA-Zahlen belegten Reichweiten ihrer Programme.

Auch Alfred Treiber, Wellenchef des österreichischen Kulturprogramms „Ö1“, weiß von Hörerstatistiken. Als er jedoch von Fritz Wolf (epd medien Nr. 78 vom 3. Oktober 2007) zu Untersuchungen darüber befragt wurde, „was die Zuhörer von den Sendungen von Ö1 halten“, antwortete er:

*Wir haben eine ständige Medienforschung. Und alle drei Jahre testen wir im sogenannten Radiotagebuch den Erfolg von Sendungen, auch mit Schulnoten und mit Zuhörerdauer, über drei Wochen hindurch. Das Publikum wird gefragt: Was haben Sie gehört? Wie haben Sie es gehört? Unter welchen Umständen? Und wie würden Sie es benoten? Das ist für uns als Ergänzung zu den Reichweiten eine sehr gute Sache, nicht nur eine quantitative, sondern eine qualitative Untersuchung.*

Die von der Initiative Das GANZE Werk erbetenen positiven Hörerlebnisse können zwar nicht mit den auf Quantität ausgerichteten Media-Analysen konkurrieren. Wohl aber sind sie bedenkenswerte Bausteine einer qualitativen Erhebung.

Abgeschlossen am 10. Januar 2008